

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal memiliki tanah yang subur menjadikan tanah di Indonesia ditumbuhi banyak macam tanaman rempah seperti sereh, kunyit, pala, jahe dan masih banyak jenis rempah lainnya. Biasanya masyarakat Indonesia mengolah tanaman rempah-rempah tersebut untuk dijadikan makanan, minuman hingga obat tradisional atau herbal. Karena rempah rempah tersebut dipercaya memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh. Salah satunya adalah jahe merah.

Jahe merah merupakan tumbuhan rempah yang sering digunakan sebagai bumbu dapur untuk pelengkap rasa dari masakan tersebut. Karena jahe merah dipercaya memiliki khasiat yang sangat banyak seperti meningkatkan daya tahan tubuh, melindungi tubuh dari radikal bebas, mengatasi masuk angin, dan manfaat lainnya. Karena jahe merah ini memiliki zat aktif yang dapat menghalangi segala penyakit yang akan masuk untuk menyerang tubuh kita (tribunmanado.co.id, Sabtu, 08 Februari, 2020, 08.03). Saat ini jahe merah juga sering dijadikan bahan dasar untuk minuman berkhasiat. Salah satunya sering kita kenal dengan susu jahe merah.

Susu jahe merah merupakan salah satu minuman yang digemari untuk menghangatkan tubuh, apalagi disaat cuaca dingin. Selain bisa menghangatkan tubuh susu jahe merah memiliki cita rasa yang nikmat. Bukan hanya itu, susu jahe merah memiliki manfaat yang luar biasa. Manfaat yang ada dalam kandungan susu jahe merah tersebut mulai dari mengurangi reaksi alergi, meredakan nyeri sendi, menyegarkan tubuh, dan banyak lainnya. Hingga saat ini susu jahe merah masih banyak dicari untuk menghangatkan tubuh pada malam hari.

Usaha susu jahe saat ini sangat menjanjikan, tak heran saat ini banyak kita temui usaha yang serupa diberbagai daerah, terutama di daerah Bandung. Dengan adanya persaingan pasar yang sangat banyak, para pelaku usaha mempunyai cara sendiri untuk menarik calon pelanggan. Seperti Ginger Booster, adalah salah satu dari usaha susu jahe merah yang berada di Bandung tepatnya di Jalan Banteng, yang menawarkan inovasi rasa dari campuran, *creamer*, madu dan coklat. Namun

identitas merek Ginger Booster masih terbilang minim, terlihat dari visual *packaging*, menu serta media pemasaran yang sudah ada.

Alasan penulis mengangkat judul ini karena penulis ingin meningkatkan kualitas visual branding pada Ginger Booster baik dari sisi material *packaging*, visual *packaging* dan informasi yang akan menjadi daya tarik pelanggan untuk mengetahui produk Ginger Booster tersebut. Serta menarik minat dikalangan anak muda.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang yang ditulis oleh penulis diatas, dapat disimpulkan sebuah masalah yaitu sebagai berikut :

1. Minimnya pengetahuan akan manfaat dari susu jahe merah sehingga masyarakat kurang mengetahui manfaat dari susu jahe merah tersebut
2. Identitas merek Ginger Booster yang masih kurang dari segi promosi dan aspek visual sehingga masyarakat tidak mengetahui keberadaan susu jahe merah Ginger Booster.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang sudah diidentifikasi maka diketahui rumusan masalah tersebut sebagai berikut :

1. Apa saja yang diperlukan untuk mendukung kegiatan branding Ginger Booster?
2. Bagaimana proses kreatif merancang identitas merek Ginger Booster?

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dan perancangan identitas merek Ginger Booster sebagai berikut :

1. Apa
Merancang identitas merek Ginger Booster untuk lebih memperkuat identitas merek Ginger Booster tersebut.
2. Bagaimana

Identitas merek ini akan dirancang sesuai target konsumen dan pemasaran dari merek Ginger Booster tersebut.

3. Siapa

Target konsumen dari identitas merek ini adalah generasi 90an.

4. Dimana

Ginger Booster ini mempunyai target konsumen di wilayah Bandung karena wilayahnya yang mempunyai udara yang sejuk menjadikan produk ini sangat cocok untuk dikonsumsi.

5. Kapan

Pengumpulan data kuisisioner dan wawancara ini akan dilakukan terhitung bulan Maret – April 2020 di Kota Bandung. Yang mengisi merupakan target market yang sesuai dengan yang diinginkan.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Merancang identitas merek Ginger Booster untuk memperkuat identitas merek dengan proses kreatif.
2. Untuk menaikkan nilai jual dari produk Ginger Booster.

1.5 Cara Pengumpulan Data Dan Analisis

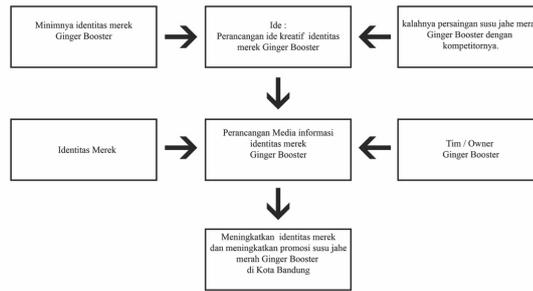
1. Sumber Data Primer

- Melakukan observasi atau pengamatan secara langsung dengan sistematis oleh objek yang diteliti.
- Melakukan wawancara yang terstruktur secara langsung dan bertatap muka dengan pemilik dari Ginger Booster.
- Melakukan kuisisioner kepada pelanggan dari susu jahe merah Ginger Booster

2. Sumber Data Sekunder

Mendapatkan sumber data atau informasi lainnya dengan cara mencari studi pustaka yang berkaitan dengan judul yaitu branding yang bersumber dari buku, jurnal dan internet.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020

1.7 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi fenomena yang dijabarkan pada latar belakang masalah lalu difokuskan pada identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan hingga pembabakan.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Bab ini terdapat penjelasan dasar teori yang berkaitan dengan fenomena sebagai arah untuk merancang.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Bab ini terdapat uraian pencarian data seperti observasi, wawancara dan studi pustaka yang akan dianalisis dan disimpulkan.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini terdapat konsep perancangan mulai dari konsep komunikasi, konsep kreatif hingga konsep media visual sampai menghasilkan perancangan tugas akhir.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini terdapat kesimpulan akhir dan saran yang berkaitan dengan penulisan tugas akhir.